

РЕШЕНИЕ № 174/14

Резолютивная часть решения оглашена «01» октября 2014 г.

Решение в полном объеме изготовлено «10» октября 2014 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 174/14, возбужденное в отношении ИП Ялышевой Е.В. (...) по факту размещения в феврале 2014 г. на фасаде здания продуктового магазина «Сеть», расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, д. 5/1, баннера с информацией следующего содержания:

«Бочкари _ Лимонад_ ...» с изображением бутылки лимонада с этикеткой, «Бочкари _ Хорошо делаем свое дело _ Алтай Бочкари _ www.bochari.ru», с признаками нарушения:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их,

в присутствии:

«...»

У С Т А Н О В И Л А:

В феврале 2014 г. на фасаде здания продуктового магазина «Сеть», расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, д. 5/1, размещался баннер с информацией следующего содержания:

«Бочкари _ Лимонад_ ...» с изображением бутылки лимонада с этикеткой, «Бочкари _ Хорошо делаем свое дело _ Алтай Бочкари _ www.bochari.ru» (Акт фиксации информации от 07.02.2014 г.).

Согласно п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или

поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Согласно ч.4 ст.2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные данным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого ФЗ «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

Объектом рекламирования в данном случае является продукция (лимонад) производителя (ООО «Бочкаревский пивоваренная завод») в том числе, часть (словесный элемент «Бочкари») комбинированного средства индивидуализации товара – пива «Бочкари» по товарному знаку № 405679; правообладатель – ООО «Бочкаревский пивоваренная завод»).

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с ч.1 ст.19 Закона о рекламе, распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным

правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена на фасадной части здания магазина «Сеть», то данная реклама содержит нарушение п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, предоставленной Комитетом рекламы и информации мэрии г. Новосибирска (вх. № 1775 от 27.02.2014 г.), разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по адресу: г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, д. 5/1, не выдавались.

При этом, ИП Ялышевой Е.В. выдано предписание о прекращении нарушения порядка установки и (или) эксплуатации рекламных и информационных конструкций.

Согласно материалам дела, рассматриваемая реклама размещена на фасаде здания магазина «Сеть» (адрес: г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, д. 5/1), деятельность в котором осуществляется ИП Ялышева Е.В. на основании заключенного Договора аренды нежилого помещения от 15.10.2013 г.

По условиям указанного Договора «...» (арендодатель) передает, а ИП Ялышева Е.В. (арендатор) принимает в аренду часть нежилого помещения, находящегося на первом надземном этаже по адресу: г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, д. 5/1, кадастровый номер нежилого помещения, где расположена передаваемая в аренду часть помещения 54-54-01/093/2011-150, площадь передаваемой в аренду части помещения 73,9 кв.м.

Согласно п. 2.2.2. названного Договора, арендатор обязуется содержать помещение в полной исправности и образцовом санитарном состоянии в соответствии с требованиями СЭС и (или) Роспотребнадзора, Комитета по наружной рекламе, а также иных компетентных органов государственной (муниципальной) власти, обеспечивать пожарную и электрическую безопасность.

Принимая во внимание вышеизложенное, именно ИП Ялышева Е.В. является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

На рассмотрении дела ИП Ялышевой Е.В. указала, что арендует указанное помещение, в котором размещен магазин «Сеть» с 15.10.2013 г., и на момент заключения договора баннер с данной рекламной информацией уже размещался

на фасаде здания.

По мнению ИП Ялышевой Е.В. на рекламном баннере изображена продукция «лимонад», что по ее мнению, не является нарушением законодательства о рекламе.

В августе 2014 г. ИП Ялышева Е.В. получила повестку от участкового, где при личной беседе участковый попросил снять указанный баннер, поскольку он не согласован с Комитетом рекламы и информации мэрии г. Новосибирска.

В августе 2014 г. ИП Ялышева Е.В. своими силами произвела демонтаж рассматриваемого рекламного баннера.

При таких обстоятельствах Комиссия Новосибирского УФСА России приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания об устранении нарушения законодательства о рекламе.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Ялышевой Е.В. нарушившей требования п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.,

а информацию, размещенную в феврале 2014 г. на фасаде здания продуктового магазина «Сеть» (адрес: г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, д. 5/1) следующего содержания:

«Бочкари _ Лимонад_ ...» с изображением бутылки лимонада с этикеткой, «Бочкари _ Хорошо делаем свое дело _ Алтай Бочкари _ www.bochari.ru, ненадлежащей рекламой.

2. В связи с добровольным устранением нарушения предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе ИП Ялышевой Е.В. не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации.